

## ARGUMENTAÇÃO E PERSUASÃO EM GÊNEROS TEXTUAIS

Rosalice Botelho Wakim Souza Pinto<sup>i</sup>

**Resumo:** Este artigo perspectivado em uma linguística dos gêneros (RASTIER, 1989, 2001; BOUQUET, 2004) visa, a partir de uma metodologia descendente de análise (BRONCKART, 1999, 2004), observar de que forma algumas estratégias argumentativas presentes em certos gêneros textuais (os persuasivos) são condicionadas por aspectos contextuais. Para atender este objetivo, este trabalho será dividido em três partes. Num primeiro momento, o termo *argumentação*, numa perspectiva de gêneros, será aqui definido. Em seguida, mostrar-se-á de que forma a *argumentação* em um gênero textual pode ser textualmente descrita, tanto por elementos contextuais, quanto por organizacionais, estilísticos e enunciativos ampliados. Por fim, observar-se-ão algumas estratégias argumentativas presentes em um estudo de caso: um exemplar de um outdoor político. Com isso, tenciona-se mostrar que, ao se descrever a argumentação em textos, os aspectos contextuais estão dinamicamente indexados aos elementos internos.

**Palavras-chave:** Argumentação. Linguística dos gêneros. Gênero textual. Metodologia descendente de análise.

**Abstract:** This paper, which adopts the perspective of the Linguistics of genres (RASTIER, 1989; BOUQUET, 2004), aims at observing, from a top-down methodological analysis (BRONCKART, 1999, 2004), in which way some argumentative strategies in certain text genres (the persuasive ones) are constrained by contextual aspects. To reach this objective, this paper is divided in three parts. Firstly, the term *argumentation* in a text genre, will be defined. Secondly, it will be shown that the *argumentation* in text genre can be textually described both from contextual elements and from organizational, enunciative and stylistic aspects. At last, some argumentative strategies will be observed in a case study: a portuguese political poster. This means that to analyse the argumentation in texts, contextual aspects are dynamically indexed to internal elements and must be considered in textual analysis.

**Keywords:** Argumentation. Linguistics of genres. Text genres. Top-down methodology of analysis.

---

<sup>i</sup> Doutora em Linguística pela Universidade Nova de Lisboa (UNL) pesquisadora colaboradora do Centro de Linguística da Universidade Nova de Lisboa e colaboradora do Centro de Investigação & Desenvolvimento sobre Direito e Sociedade da Universidade Nova de Lisboa. E-mails: rosapinto1@netcabo.pt; rpinto@fcsh.unl.pt.

## Introdução

Este artigo, que segue o quadro teórico de uma Teoria do Texto, perspectivado numa Linguística dos Gêneros (RASTIER, 2001, p. 231), objetiva demonstrar que a argumentação, inserida forçosamente em determinada prática textual, deve ser descrita tanto por aspectos contextuais quanto por elementos micro-textuais.

Ao se relevar a importância da dimensão contextual (sócio-histórica), forçosamente incorporada ao estudo da argumentação, considera-se toda a complexidade a ela atrelada – aspecto ainda pouco evidenciado em outras abordagens linguístico-textuais que trouxeram o estudo da argumentação em textos/gêneros textuais e/ou discursivos (BRONCKART, 1999; ADAM, 2013).

De forma a atingir o objetivo proposto, admite-se aqui que um agente produtor, ao produzir determinado texto empírico, deve, com certa regularidade, adotar modelos de texto já previamente existentes no arqutexto e adaptá-los, de forma mais ou menos criativa. Essa adaptação dar-se-á em função das atividades/práticas sociais, do papel social dos interlocutores, das próprias representações individuais e sociais do agente produtor em função do seu conhecimento de mundo e da finalidade a que se propõe. Sublinha-se que gêneros menos instituídos, como salienta Maingueneau (2005), seriam mais permeáveis a ‘flutuações’ do que outros.

É exatamente face ao caráter dinâmico, social, interativo da categoria gênero, que se deve levar em conta toda essa complexidade, evitando reducionismos de vários tipos. Como menciona Maingueneau:

É acordado hoje de pensar que a noção de gênero tem um papel central na análise do discurso que objetiva a não considerar os lugares independentemente das falas que autorizam (redução sociológica), nem as falas independentemente dos lugares aos quais estão atreladas (redução linguística) (MAINGUENEAU, 2004, p. 107, destaque meu).

A partir do pressuposto de que todo texto está forçosamente integrado a um gênero, procura-se mostrar, seguindo uma metodologia descendente de análise, privilegiada dentro do programa de trabalho do Interacionismo Sociodiscursivo (doravante ISD), de que forma a escolha pelo agente produtor de determinadas estratégias argumentativas pode vir a ser influenciada por aspectos genéricos.

De fato, quando das análises, considera-se que se deve inicialmente pontuar as atividades de linguagem (práticas sociais). Em seguida, passa-se aos textos –

submetidos a coerções genéricas várias e à sua semiotização plurissemiótica ou multimodal<sup>1</sup> (recursos verbais e não verbais utilizados em sua materialização).

Este trabalho, que recupera aspectos desenvolvidos em trabalhos anteriores (PINTO, 2010, 2011), dividir-se-á em três partes. Num primeiro momento, as noções de argumentação no gênero (doravante ANG) e gênero persuasivo serão apresentadas. Em seguida, a partir da análise de um estudo de caso (*outdoor* político), verificar-se-ão algumas estratégias argumentativas utilizadas, demonstrando o seu constrangimento em função da prática social em que este exemplar de gênero textual se insere.

## 1 Alguns aspectos teóricos

No escopo deste trabalho, o termo *argumentação*, como mencionado, assume uma complexidade ainda pouco descrita pelas abordagens linguístico-textuais que o estudaram. Refere-se aqui aos trabalhos pioneiros de Anscombe & Ducrot sobre o estudo da argumentação numa abordagem pragmático-semântica, ou ainda aos da linguística textual e do ISD que a consideraram, sobretudo, ao nível das sequências textuais, com suas especificidades (ADAM, 1999; BRONCKART, 1999). Considera-se que o ato de argumentar, de forma a ter um efeito persuasivo, deve, evidentemente, ser descrito do ponto de vista linguístico (ou melhor plurissemiótico) e retórico, mas também deve estar relacionado às diversas práticas sociais em que está integrado. De fato, aceitar a noção de argumentação neste sentido - mais lato do que o trabalhado nas abordagens teóricas tradicionais - exige considerar, à partida, a natureza social dos textos e, consequentemente, o vínculo dos mesmos às dimensões humana e social<sup>2</sup>.

E é no intuito de ‘dar conta’ da complexidade do ato de argumentar que se define o termo ANG. Este corresponde a todos os mecanismos plurissemióticos (verbais e não verbais) presentes em textos que circulam nas diversas atividades sociais (e são por elas coibidos), sendo que estes têm como objetivo persuadir determinado interlocutor a perfazer determinado ato, aderir a uma ideia, ser

---

<sup>1</sup> Pela abordagem multimodal, considera-se que existem vários modos semióticos produtores de sentido, não apenas os de caráter verbal. Nestes estão incluídos a imagem, os gestos, a prosódia, os elementos cromáticos e tipográficos, dentre outros. Cada um destes sistemas semióticos são sócio-culturalmente moldados e apresentam especificidades descritivas. Para mais detalhes, ver os trabalhos de Kress & Van Leeuwen (1996) ou Kress et al. (2001).

<sup>2</sup> Amossy (2012, p.5), inclusive, afirma, ao mostrar a relação estabelecida entre um ordenamento lógico de argumentos e o seu ‘sentido discursivo’, que é a partir da colocação dos argumentos no mundo discursivo que são atribuídos sentido e força a esses mesmos argumentos.

convencido a agir de certa forma. E, evidentemente, o trabalho de análise dos mesmos só poderá ser realizado numa perspectiva descendente, como preconizado por Bronckart (2005), isto é, “das atividades sociais às atividades de linguagem, destas últimas aos textos e aos seus componentes linguísticos”. Contudo, evidentemente, a estes também deve se considerar a forma composicional (organizacional) em que essas unidades são estruturadas e organizadas, como afirma Bronckart:

Os textos constituem os correspondentes empíricos das atividades de linguagem, realizados com os recursos de uma língua natural. São *unidades comunicativas globais*, cujas características composicionais dependem tanto das propriedades das situações de interação e das relativas às das atividades gerais que elas comentam, quanto das condições histórico-sociais de sua elaboração (BRONCKART, 2004, p.103).

E ainda, face à grande variedade de gêneros textuais que circulam socialmente, interessa-se aqui pelo estudo de um grupo específico de gêneros textuais: os persuasivos. Estes, como todos os outros, estão evidentemente integrados a atividades de linguagem/práticas sociais. Contudo, apresentam certa especificidade. O aspecto persuasivo associado à funcionalidade está sempre presente e, além disso, quando da análise dos textos que apresentam esta característica, a argumentação assume uma maior complexidade. Com isso, ela deve ser descrita a partir de aspectos linguístico/não linguísticos (no caso de gêneros plurissemióticos), retóricos, organizacionais que estão em contante interação entre si e com outros elementos contextuais. Dentre os aspectos retóricos, salientam-se as imagens do locutor (*ethos*) e do interlocutor (*pathos*), suscitando neste certa ‘empatia’ e, provavelmente, uma adesão a certa ideia defendida textualmente. Defende-se que serão as estratégias linguístico-textuais selecionadas pelo agente produtor que permitirão a identificação desses perfis imagísticos. Na verdade, advoga-se a tese da existência, no interior de cada texto inserido num gênero textual persuasivo, de uma argumentação complexa, dinâmica e, conseqüentemente, própria e diferenciada.

Ressalta-se aqui que essa argumentação, a ANG, é uma categoria abstrata e só pode ser analisada no interior dos textos, a partir da materialização plurissemiótica dos mesmos. Porém, para que essa face argumentativa dos textos seja inteligível, insiste-se no fato de que não se pode deixar de levar em conta os aspectos contextuais. Assim, a metodologia descendente de análise preconizada pelo ISD é importante para a análise textual. Apresenta-se a seguir o quadro analítico para a análise dos textos em gêneros persuasivos.

**Tabela 1: Grade de análise de um texto pertencente a um gênero persuasivo**

Dimensão contextual	
Componentes <sup>3</sup>	Definição
- Arquitextual	Textos já existentes diretamente relacionados, consistindo uma espécie de memória textual
- Situacional	Lugar e época em que os textos foram produzidos / ou que circularam
Lugar/Época de produção e de circulação	
Instâncias interlocutivas/estatuto dos interlocutores	Pessoas responsáveis pela produção/interpretação / papel social e institucional dos interlocutores
Finalidade	Objetivo do ato comunicacional
Suporte Material	Suporte utilizado, colocação na página, escolha tipográfica
- Peritextual	Fronteiras do texto
- Metatextual	Discurso sobre o gênero característico da formação sociodiscursiva e também das teorias desenvolvidas sobre o gênero.
- Discursiva	Prática sociodiscursiva onde o texto está integrado.
- Intertextual	Ecos dos textos nele presentes
Dimensão linguístico-textual	
Componentes	Definição
Organizacional	Planos de texto (tipos de discurso <sup>4</sup> e sequências), Escolha semântica e temática. Argumentações internas e externas <sup>5</sup> .
Estilística	Textura micro-linguística (organizadores textuais, modalizações, aspectos multimodais, dentre outros elementos)
Enunciativa Ampliada	Grau de responsabilidade dos enunciados, identidade e implicações dos enunciadores ( <i>ethos</i> <sup>6</sup> e <i>pathos</i> ).

<sup>3</sup> Embora apresentem-se aqui todos os componentes, para as análises serão trabalhados os elementos contextuais mais relevantes para a determinação dos elementos linguístico-textuais. Um trabalho mais completo de análise poderá ser observado em Pinto (2010).

<sup>4</sup> Segundo Bronckart, os tipos de discurso correspondem a unidades linguísticas infra-ordenadas, relacionadas aos modos de enunciação. Existem quatro tipos : o discurso interativo, o teórico, a narração e o relato interativo. Em uma língua natural, estes tipos são semiotizados por unidades linguísticas relativamente estáveis. Para detalhes, ver BRONCKART (1999, cap. V).

<sup>5</sup> Segundo Carel e Ducrot, na nova versão da *argumentação na língua*, a teoria dos blocos semânticos, (TBS), o léxico, os enunciados e os parágrafos, podem ser traduzidos por discursos normativos ou transgressivos. Os primeiros são traduzidos por aspectos em “então” *donc* (DC) e os outros pelos aspectos em “contudo” / *pourtant* (PT). E ainda a *argumentação interna* constitui uma espécie de paráfrase de uma entidade; por outro lado a *argumentação externa* desta mesma entidade corresponde a um dos aspectos onde esta mesma unidade aparece como antecedente ou consequente (CAREL, 2001, p.10-21; DUCROT, 2001, p. 22-40).

A partir da exposição desse quadro teórico, passar-se-á à análise do exemplar de um gênero persuasivo: um *outdoor* político português que circulou em Portugal, na época da eleição do 1º Ministro em 2002, de forma a ilustrar os aspectos apresentados.

Considerar-se-á que o exemplar selecionado constitui um exemplar prototípico<sup>7</sup> do gênero em questão uma vez que o texto apresenta o *ar de família* do gênero textual ao qual se integra.

No entanto, inicia-se pela definição do gênero textual *outdoor* político, apresentando algumas características genéricas a ele associadas.

## 2 Gênero textual *outdoor* político

É necessário, logo inicialmente, esclarecer o conceito aqui atribuído a *outdoor*. Para Marcuschi (2008), o *outdoor* é considerado um suporte, definido pelo autor como um *locus* físico ou virtual com formato específico que serve de base ou ambiente de fixação do gênero materializado como texto. É através do suporte que um texto se torna visível à comunidade. Contudo, aqui, considera-se que o termo *outdoor político* diz respeito a propagandas/publicidades políticas com circulação em *outdoors* e, conseqüentemente, corresponde aqui a um gênero textual.

Tendo esclarecido este conceito, pode-se afirmar que o gênero textual *outdoor político* é essencialmente persuasivo. Visa a levar um eleitor a votar em um partido (Portugal – regime parlamentarista) ou em um candidato (Brasil – regime presidencialista). Os eleitores a partir de conhecimentos prévios de modelos de texto já interiorizados (dimensão arquitextual) em sua memória a longo termo podem reconhecer esse gênero, interpretando-o e reproduzindo-o, com maior ou menor criatividade. Evidentemente, os recursos plurissemióticos utilizados (multimodais) são coibidos por questões textuais diversas.

Como afirma Charaudeau (1991, p. 46), no que tange à dimensão espacial, a comunicação através de um *outdoor* supõe a restituição de um

---

<sup>6</sup> A noção de *ethos* foi transposta para a linguística por Ducrot (1984), a partir dos estudos aristotélicos. Para Ducrot, o *ethos* corresponde à imagem do locutor transmitida no enunciado.

<sup>7</sup> Para Lakoff, prototípico corresponde à ideia de que os membros de uma categoria podem estar relacionados uns aos outros sem que haja uma propriedade comum que defina essa categoria (LAKOFF *apud* KLEIBER 1990, p. 151).



espaço tridimensional no interior de uma superfície bidimensional. Dessa forma, existe uma construção espacial relativamente complexa.

Do ponto de vista da circulação, os *outdoors* políticos circulam, em Portugal, em locais bem diversificados: rotatórias, ‘entradas de cidade que implicam redução de velocidade dos automóveis, por exemplo. Devem respeitar, no entanto, diretivas fixadas pela legislação vigente no país. O importante é ressaltar que o constrangimento causado por estes espaços de circulação ocasiona também determinadas limitações ao nível da construção linguístico-textual desses textos. Assim, o que se verifica nestes gêneros textuais é a presença de enunciados verbais bem curtos de forma a serem facilmente lidos e apreendidos pelo público em geral. Estes enunciados devem se distinguir tanto pela dimensão, quanto pelos aspectos gráficos apresentados. Convém ressaltar, ainda, a relevância da imagem/fotografia que deve ser apresentada de forma a estabelecer uma distância comunicativa com o leitor.

Acrescenta-se, também, que a produção dos *outdoors* políticos também segue a temporalidade de determinada campanha política (eleição de presidente, ministro, deputados, em função da realidade política do país). Com isso, existe uma cronologia e uma sequencialidade da campanha que é respeitada, mantendo inclusive um diálogo intertextual com as propostas do(s) outro(s) partido(s) com o(s) qual(is) são estabelecidos diálogos intertextuais. Como salienta Charaudeau (1991, p. 49): “O significado do *outdoor* político não está verdadeiramente nele próprio”.

O estudo de caso que se apresenta é do Partido Socialista (doravante PS) português que circulou em Portugal, na primeira vaga de cartazes políticos do PS, em 2002. Todos os cartazes pontuavam aspectos/valores morais atribuídos ao candidato Ferro Rodrigues, líder do partido na altura e ao próprio partido. Nesta primeira fase, várias unidades lexicais são utilizadas para atribuir credibilidade ao partido/candidato: *coragem*, *determinação*, *seriedade*. Essas unidades eram veiculadas nos cartazes junto com a foto do candidato e alguns elementos identitários do próprio partido: o logo (anterior e o novo), o site, as cores. O exemplo que será analisado tem como unidade lexical de destaque o termo *determinação*. Já no final da campanha desse mesmo partido são atos diretivos que predominam para persuadir o público a votar no candidato: *Vote num Portugal solidário* é o slogan que predomina nesta segunda etapa.

### 3 Outdoor político do PS: breve contextualização

Em 2001, mais precisamente em dezembro, o Primeiro Ministro Português, António Guterres, líder do PS, pediu demissão em função das derrotas sofridas nas diversas Câmaras Municipais do país. Com isso, a eleição para o Primeiro Ministro em Portugal foi antecipada. Os dois partidos com maior força de votação no país apresentaram os seus líderes para concorrer às eleições: (PS) - Ferro Rodrigues e Partido Social Democrata (PSD) – Durão Barroso. O primeiro candidato ainda muito pouco conhecido do grande público.

#### 3.1 Outdoor do PS: Aspectos situacionais relevantes

Como se observa na Figura 1, o exemplar selecionado é facilmente identificável como pertencente ao gênero textual *outdoor político*:

Figura 1 – Imagem do outdoor do PS - 2002



Fonte: Site do Partido Socialista (PS), de Portugal: [www.ps.pt](http://www.ps.pt)

Apresenta a fotografia do candidato do PS, Ferro Rodrigues, que constitui uma unidade textual não verbal, acompanhado pela unidade verbal *Determinação* (localizada na parte vermelha do cartaz). Na parte inferior, temos várias referências que identificam o partido: o símbolo do PS (o punho fechado), as iniciais do PS, o endereço de seu site. No mundo ocidental, em que se vive, a partir dos conhecimentos prévios dos modelos interiorizados de textos, pode ser identificado este exemplar como um *outdoor político*.



Do ponto de vista situacional, já foi apontada a relevância do lugar e do tempo de circulação desse texto, explicitando-se que o fato de estar fixado em rotatórias ou locais em que há redução de velocidade, contribui para as escolhas tipográficas e cromáticas utilizadas. A unidade textual *Determinação* está com caracteres maiúsculos e retos e em negrito, na parte vermelha do cartaz, tornando-a facilmente inteligível pelo leitor que consegue, perfeitamente, em pouco tempo, associá-la ao candidato e ao partido.

Além desse aspecto, o texto apresenta uma finalidade persuasiva bem clara: convencer os eleitores a votar no PS. Mas como é que está argumentação de caráter persuasivo é construída ao nível da dimensão linguístico-textual, lidando com questões organizacionais, estilísticas e enunciativo-ampliadas.

### 3.2 Outdoor do PS: aspectos linguístico-textuais relevantes

Do ponto de vista organizacional, pode-se observar que a unidade textual *Determinação* pode desencadear várias *argumentatações* externas<sup>8</sup> possíveis:

1. [Este senhor tem determinação, consequentemente tem condição de resolver problemas]
2. [Este senhor tem determinação, então vai vencer obstáculos]
3. [Este senhor tem determinação, então tem condição de ser primeiro ministro]

Ao se observar as três continuações possíveis para a unidade *Determinação*, evidentemente associado à fotografia, nota-se que a terceira é a mais adequada ao universo textual em análise.

E, ainda, pode-se associar a unidade textual *Determinação* às iniciais do partido, ao símbolo e ao site e outras argumentações externas poderiam ser desencadeadas:

1. [Se quiser alguém com determinação vote no partido] (enunciado inferido a partir do punho fechado);

---

<sup>8</sup> Para Carel (2001), pela Teoria dos Blocos Semânticos (TBS), a toda entidade linguística estão associados dois tipos de argumentação: um interno e um externo. Pelo primeiro, poder-se-ia pensar que a unidade lexical pode ser parafraseada por discursos em Portanto (PT) e Contudo (CT). Através do segundo, cada entidade lexical poderia apresentar continuações possíveis em (PT) e (CT).

2. [Se quiser alguém com determinação, vote no partido] (enunciado inferido pelas iniciais do partido);
3. [Se quiser alguém com determinação, vote no partido] (identificado pelo site (enunciado inferido a partir do site)

Na verdade, todos esses ‘discursos’ (aqui adota-se o conceito atribuído a discurso pela TBS) são inferidos a partir da unidade verbal *Determinação*, associados às unidades presentes na parte verde do *outdoor*.

Quanto aos aspectos estilísticos, evidencia-se aqui a importância das cores e da tipografia no texto em análise, funcionando como organizadores textuais, associando-se à segmentação do texto, atuando em sua planificação. Por exemplo, no caso em análise, a cor vermelha, presente em cerca de um terço do cartaz isola o *argumento* da tese (esta diz respeito ao símbolo, às iniciais e ao site do partido) defendida no *outdoor* em análise. Ao mesmo tempo, a tipografia da unidade textual *Determinação* é distinta das outras unidades. Na verdade, essa unidade funciona como argumento a serviço de todo o universo textual.

As cores (da bandeira de Portugal) funcionam também como *marcadores de modalidade* (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 160)<sup>9</sup>. As tonalidades do verde e do vermelho são diferentes, desencadeando uma ideia de uma bandeira em movimento, o que evidencia, talvez, a dinamicidade do partido e a sua determinação (unidade textual explicitada no cartaz). Na realidade, todos os modos semióticos interagem entre si, de forma dinâmica.

Ainda, a relevância da fotografia do candidato é fundamental neste texto. Do ponto de vista do *significado interativo* (aspecto a ser aqui ressaltado), observa-se que o candidato do PS (*participante representado*) olha diretamente para os olhos do interlocutor, criando assim uma espécie de *demand*. No caso, o observador da imagem é levado a entrar em contato direto com a fotografia, estabelecendo certa afinidade. Na sociedade em que vivemos tal forma de estabelecer contato cria transparência e credibilidade.

---

<sup>9</sup> Nesta publicação, adaptando trabalhos anteriores de Halliday, tais autores assumem que todo modo semiótico possui recursos para realizar três funções básicas denominadas de: significados representacionais, interativos e composicionais, cada qual apresentando certa especificidade descritiva. No caso, deter-se-á prioritariamente no significado interativo (fundamental em gêneros textuais persuasivos). Este é expresso pelo tipo de interação estabelecida entre os participantes representados, os produtores da imagem e os espectadores das mensagens visuais, por meio de vários recursos: sistema do olhar, enquadramento e perspectiva. Para detalhes sobre a questão ver Kress & van Leeuwen (1996) e Pinto (2011).

Com isso, esse *significado interativo* corrobora o teor persuasivo do gênero textual em análise.

Em relação à *distância social*, os planos variam em função da relação que é estabelecida entre o participante representado e os observadores. No texto analisado, é o plano médio que é apresentado, ou seja, a foto do candidato a partir do ombro. Com isso, o produtor da imagem quer estabelecer certa objetividade, transmitindo seriedade e credibilidade ao mesmo tempo ao candidato fotografado. Salienta-se que as fotos em *close up* transmitem um tom mais emocional ou afetivo, o que não é condizente com este gênero textual.

Ainda, quanto à *atitude*, nota-se que os ângulos oblíquo e frontal denotam diferenças relativas ao afastamento e ao envolvimento do produtor da imagem em relação àquilo que apresenta. O que se observa no exemplo, é a predominância do ângulo frontal, criando certo envolvimento entre o produtor e o participante representado. Deve-se lembrar que o responsável pela fotografia é um representante também do marketing do partido político e, como tal, comprometido diretamente com a busca por sua vitória nas eleições.

Ressalta-se ainda que a imagem está em ângulo no mesmo nível do olhar do provável leitor, criando certa parceira entre o candidato e o povo. Na verdade, representa-se aqui um político que está próximo à comunidade e, assim, pronto para exercer a sua função em prol do bem-estar social.

Evidentemente, os aspectos estilísticos não-verbais aqui enumerados interagem de forma dinâmica, por exemplo, com os verbais. Poder-se-ia pensar, inclusive, que a existência do ponto final na unidade textual *Determinação* poderia vir a atribuir certo valor epistêmico a esta unidade textual. Este valor axiologicamente positivo atribuído à esta unidade é, estilisticamente importante para conceder credibilidade a este candidato.

Através dos diversos elementos analisados (organizacionais, estilísticos), poder-se-á depreender o *ethos* de credibilidade, de transparência, de seriedade atribuído ao candidato, visando a atingir um eleitor mais racional (*pathos* de racionalidade).

### Considerações finais

Neste trabalho, foram apresentadas algumas estratégias argumentativas específicas num exemplar de gênero persuasivo: o *outdoor* político. A complexidade do objeto de análise e a relevância da panóplia de recursos

semióticos (com especificidades descritivas específicas) foram mostradas. Com isso, o analista é obrigado a percorrer preceitos teóricos diversos, mas complementares.

Evidentemente, lidou-se aqui, por limitações espaciais, com um texto singular, representativo de um gênero textual persuasivo. Outros exemplares do mesmo gênero devem ser analisados para que o gênero textual *outdoor* político possa ser detalhadamente descrito em seu caráter genérico.

## Referências

ADAM, Jean-Michel. **Linguistique textuelle**: des genres de discours aux textes. Paris: Nathan, 1999.

\_\_\_\_\_. **A Linguística textual**. Introdução à análise textual dos discursos. São Paulo: Cortez, 2008.

AMOSSY, Ruth. Faut-il intégrer l'argumentation dans l'analyse du discours? Problématiques et enjeux. **Argumentation et analyse du discours**, n. 9, disponível em: <http://aad.revues.org/1346>. Acesso em: 24 set. 2015.

BOUQUET, Simon. Linguistique générale et linguistique des genres. **Langages**. Paris, n. 153, p. 3-14, 2004.

BRONCKART, Jean-Paul. **Atividade de linguagem, textos e discursos**. Por um interacionismo sociodiscursivo. São Paulo: EDUC, 1999.

\_\_\_\_\_. Commentaires conclusifs. Pour un développement collectif de l'interactionnisme socio-discursif. **Calidoscópio**, n. 2, v. 2, p.113-123, 2004.

\_\_\_\_\_. Os gêneros do texto e os tipos de discurso como formatos das interações de desenvolvimento. In: MENÉNDEZ, Fernanda Miranda (Org.). **Análise do Discurso**. Lisboa: Hugin, 2005. p. 39-79.

CAREL, Marion. Argumentation externe et argumentation interne au lexique. **Langages**, Paris, n. 142, p. 10-21, 2001.

DUCROT, Oswald. **Le Dire et le dit**. Paris: Minuit, 1984.

\_\_\_\_\_. Critères argumentatifs et analyse lexicale. **Langages**, Paris, n. 142, p. 22-40, 2001.

KLEIBER, Georges. **La sémantique du prototype**: catégories et sens lexical. Paris: Presses Universitaires de France, 1990.

MAINGUENEAU, Dominique. Retour sur une catégorie: le genre. In: ADAM, Jean-Michel et al (éds). **Texte et discours**: catégories pour l'analyse. Dijon: Editions Universitaires de Dijon, 2004. p. 107-118.

\_\_\_\_\_. As categorias da análise do discurso. In: MENÉNDEZ, Fernanda Miranda (Org.). **Análise do Discurso**. Lisboa: Hugin, 2005. p. 83-105.

MARCUSCHI, Luiz Antonio. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola, 2008.

PINTO, Rosalice B. W. S. **Como argumentar e persuadir**: práticas política, jurídica, jornalística. Lisboa: Quid Juris, 2010.

\_\_\_\_\_. **Multimodalidade em outdoors políticos**: propostas de análise. In: ANDRADE, Carlos; CABRAL, Ana Lúcia Tinoco (Org.). **Práticas linguístico-discursivas**: alguns caminhos para aplicação teórica, São Paulo: Terracota, 2011.

KRESS, Gunther; Van LEEUWEN, Theo. **Reading images**: the grammar of visual design. London: Routledge, 1996.

KRESS, Gunther *et al.* **Multimodal discourse**: the modes and media of contemporary communication. London: Routledge, 1996.

RASTIER, François. **Sens et textualité**. Paris: Hachette, 1989.

\_\_\_\_\_. **Arts et Sciences du Textes**. Paris: PUF, 2001